ملامح الإعجاز الإعلامي في قوله تعالى: «يا أيها الذين ءامنوا إن جاءكم فاسق بنبأ فتبيّنوا»

د.رحيمة الطيب عيساني

- الوظيفة: أستاذ مساعد بكلية الاتصال، جامعة الشارقة. بدولة الامارات العربية المتحدة.

المؤهلات العلمية:

- دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، بكلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية وعلوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر(٢٠٠٦).
- ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، بقسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، سنة (٢٠٠٠م).
- ماجستير ثانية في الفكر الإسلامي، بكلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، سنة(٢٠٠٥م).
- وليسانس في الدعوة والإعـلام، بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة(١٩٩٦م)
- ومسجلة للتحضير لدكتوراه ثانية في العلوم الإسلامية، بقسم أصول الدين، جامعة باتنة، الجزائر.

الخبرات العملية:

- أستاذ معيد بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة(١٩٩٦-٢٠٠٠).
- أستاذ مساعد بكلية الآداب والعلوم الاجتماعية، قسم الخدمة الاجتماعية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة (٢٠٠٠-٢٠٠١م).
- أستاذ مساعد بكلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة باتنة(٢٠٠١-٢٠٠٥).
- أستاذ مساعد مكلف بالدروس، بكلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية(٢٠٠٥- إلى ٢٠٠٨).
- أستاذا محاضر بكلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية(٢٠٠٨- إلى ٢٠١٠).
- أستاذ مشارك بقسم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة باتنة، الجزائر(٢٠٠٤- إلى ٢٠١٠).
- وتشغل حاليا منصب أستاذ مساعد بكلية الاتصال، جامعة الشارقة بدولة الامارات العربية المتحدة.

المؤلفات والمنشورات العلمية:

- كتاب: الميسر في أحكام الترتيل برواية ورش عن نافع، صدر عن دار الهدى الجزائر(١٩٩٩م)
- كتاب:«مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف

الجـديـدة في عـصر العولمة الإعـلاميـة»، عـالم الكتب الحديث، إربد(٢٠٠٨).

- كتاب: «العولمة الإعلامية وآثارها على مشاهدي الفضائيات الأجنبية». صدر عن الدار نفسها(٢٠١٠).
- كتاب:«الوسائط التقنية الحديثة وأثرها على الإعلام المرئي والمسموع»، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، الرياض(٢٠١٠)
- مقال بعنوان:«ثقافة الاستهلاك ومخاطر تدمير الهوية الوطنية في زمن العولمة الثقافية»، مجلة «الإحياء»، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة باتنة،الجزائر، عدد (١٠)، (٢٠٠٦).
- مقال:«التعليم الجامعي في الوطن العربي وتحديات العولمة»، مجلة عالم التربية، الدار البيضاء، المغرب، عدد (١٧)، (٢٠٠٧).
- مقال بعنوان:«خصائص وسمات الإعلام في ظل ثورة تكنولوجيا الإعلام»، مجلة الإحياء، الجزائر، عدد (١١)، (٢٠٠٧).
- مقال بعنوان:«العولمة مظاهر وتجليات»، مجلة الحكمة، الجزائر العاصمة، عدد(١)، أفريل ٢٠٠٩
- مقال بعنوان: «القيم المعولمة؛ خصائصها ومرتكزات انتشارها»، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة باتنة، عدد(٠٢)، جوان ٢٠٠٩

المشاركات في المؤتمرات والندوات العلمية:

- الملتقى الوطني:«العلوم الإسلامية والبيداغوجيا»، بجامعة وهران، الجزائر(٢١، ٢٢ أفريل ٢٠٠٢).

- الملتقى الوطني الثاني:«التعليم العالي في القرن الواحد والعشرين» جامعة باتنة، الجزائر(١٠، ١١ ماي ٢٠٠٤).
- الملتقى الوطني:«دور وسائل الإعلام في الحفاظ على التراث الثقافي»، متحف سطيف، الجزائر،(٢٤، ٢٥ أفريل ٢٠٠٥).
- الملتقى الدولي:«الفضائيات العربية والهوية الثقافية»، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، الإمارات(١١، ١٢ ديسمبر ٢٠٠٧).
- الملتقى الدولي:«اللغة العربية والعولمة «، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة باتنة، يومي ٢٥، ٢٦ نوفمبر٢٠٠٨.
- الملتقى الدولي:«تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي «، قسم الإعلام بجامعة الملك سعود، الرياض،١٧،١٦،١٥مارس٢٠٠٩
- الملتقى الدولي:«الإعلام ورهانات المستقبل»، الجامعة الإفريقية العقيد أحمد دراية بأدار، أيام ١٥، ١٦، ١٧ نوفمبر ٢٠٠٩
- الملتقى الدولي:«الإرهاب بين تطرف الفكر وفكر التطرف»، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، أيام ٢٨-٣١ مارس ٢٠١٠.

ملخص البحث

تركّز معظم الكتابات التي تتحدّث عن الإعجاز العلمي في القرآن والسنّة النبوية الشريفة على المجال العلمي والطبّي والبياني (اللّغوي)، وقلّ ما تتحدّث عن المجال الإنساني النفسي والاجتماعي، إلّا في بعض البحوث والدّراسات المتفرّقة في هذا المجال. وهي في هذا محجمة -ربما- بسبب أنّ القوانين الاجتماعية والنفسية المفسّرة للظواهر الاجتماعية متغيرة،غير ثابتة وغير مطردة، لأنّ الدّارس والمدروس إنسان كذلك، بعكس الظواهر الطبيعية والعلمية التي تحكمها قوانين ثابتة وأزلية.

لذلك وجدنا أنّه تكاد تنعدم الدّراسات المهتمّة بالإعجاز الإعلامي في القرآن والسنّة، ذلك أنّ معظم الكتابات التي تناولت مصطلح «الإعلام الإسلامي» بالتأليف والدّراسة انطلقت من العمل على محور أسلمة المعرفة في مجال الإعلام والاتصال، مغفلة العمل على محور إسلامية المعرفة، مع أنّ المصطلح يوحي مضمونه في اتجاه المحور الثاني وليس الأول، وهي معذورة في ذلك كون أكثر الباحثين في المجال(الإعلام الإسلامي) ذوي تخصص بعيد(الإعلام والاتصال)، ليس لهم خلفيات كبيرة في مجال العلوم الإسلامية، خاصة علوم القرآن والسنّة، مصدري التنظير لمثل هذا العمل، إضافة إلى السبب الأول.

لذلك بقي الحديث عن الإعلام في القرآن والسنّة، وقواعده وأسسه، وكذا الإعجاز الإعلامي فيهما؛ حديثا محتشما تتناوله بعض الكتابات التي لم تصل أصواتها العميقة إلى الباحثين والمهتمّين، ناهيك عن عامّة الناس. ومن منطلق أنّنا لسنا بحاجة إلى الآخرين لينظّروا لنا في علم معين، ثم نتجه نحن إلى القرآن

الكريم أو السنّة النبوية الشريفة لنؤكد أوجه الإعجاز فيهما، وأوجه موافقتهما لما قعّد وذكر، وكذا من منطلق الإعجاز البياني في القرآن والسنّة، حقّ لنا أن نقف عند كثير من الآيات القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة، لنستجلي أوجه الإعجاز الإعلامي تقعيدا للعملية، وتنظيرا لأساسياتها ومضامينها، بعيدا عن مجاراتها للبحوث والدّراسات الأجنبية في هذا المجال.

فقد أكّدت القراءة المتأنّية لعديد من الآيات القرآنية الكريمة أنّها تتناول العمل الإعلامي بكل أبعاده وأساسياته وأخلاقياته وأهدافه تفصيلا لم تعهده الدّراسات الإعلامية من قبل، بل وقد أشارت هذه الآيات إلى نظرات مخالفة، وقواعد مغايرة كلّية لما في هذه الدّراسات والأعمال في جمل قصيرة معجزة لذوي الكفاءات البيانية والعلمية على أن تختزلها في مثل هذه الجمل والكلمات.

وكمثال على ذلك وفي آية واحدة فقط، قوله تعالى:«يا أيها الذين ءامنوا إن جاءكم فاسق بنبأ فتبيّنوا أن تصيبوا قوما بجهالة فتصبحوا على ما فعلتم نادمين» [٦:الحجرات]. وبالعودة إلى التفاسير، وكتب شروح السنّة، والمعاجم العربية، وجدت أنّ الآية الكريمة قد قعّدت لمكونات العملية الإعلامية في صورة إعجازية كبيرة، تجيب على كثير من التساؤلات المحيّرة تفسيرا للعملية، في تساؤلات:

١. لماذا وجّه المولى عزّ وجلّ النداء للمؤمنين، ولم يوجهّه للناس؟فقال:«يا أيها الذين ءامنوا»، ولم يقل «يا أيها الناس»، مع أنّ العملية الإعلامية والاتصالية ليست مقتصرة على المؤمنين فقط؟ وما وجه الإعجاز في ذلك؟

٢. لماذا وصف المولى (عزّ وجلّ) المرسل «بالفاسق»؟

٣. لماذا وصفت الرسالة«بالنبأ»ولم تكن «الخبر»، وما وجه الإعجاز في ذكر «الأول» وعدم ذكر «الثاني»؟

٤. ما سمات الجمهور المستقبل لهذه الرسالة؟

٥. ما دور ردود الأفعال في توجيه العمليات الإعلامية والاتصالية؟ وما مدى فعاليتها وأهميتها؟

٦. ثم في إعجاز بياني وبلاغي واضح استطاعت الآية في(١٨)كلمة مكوّنة لجملة واحدة في السورة أن تستجمع العناصر الأساسية المكوّنة للعملية الإعلامية، وشروط كل عنصر، في حين فشلت كثير من الكتابات المقتدرة في المجال أن تفعل ذلك؟

ومن أجل الإجابة على هذه التساؤلات لاستجلاء ملامح الإعجاز الإعلامي في الآية، تأتي هذه المداخلة محاولة للوقوف بالألباب والأفئدة الواعية عند هذه الملامح، ولا ندّعي في ذلك القدرات العلمية المميزة، ولا القول في كتاب الله بغير علم، بل الحق في محاولات التدبر في كتاب الله، ونحن حفظته، ومبلّغي علومه إلى الناس.